C 2498 E
Nr. 11 / November 1982
9,50 DM
Österreich: öS 75
Schweiz: sfr 10
(25. Oktober 1982)

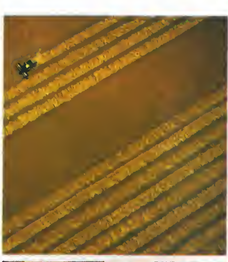
GEO

Das neue Bild der Erde



Epcot Center: Disneys schöne neue Welt ● US-Landwirtschaft: Des Segens Fluch ● Wunderheiler: Das Geschäft mit der Hoffnung ● Meeresforschung: Lawinen im Ozean ● Hotel »Oriental«: Luxus nach Noten ● Nordenham: Leben mit Blei in der Luft ● Känguruh: Der Energiesparer

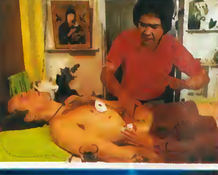
GEO



US-Landwirtschaft: Des Segens Fluch. Nicht kleckern, sondern klotzen – nach diesem Motto haben die Farmer des amerikanischen Mittelwestens Maschinen und Düngemittel auf ihre Äcker gebracht. Doch die Rekordernten, die sie von ihren Feldern einfahren, kehren sich nun gegen sie selbst – das Getreideparadies droht am Überfluß zu ersticken. Seite 10



Umweltschutz: Blei in der Luft von Nordenham. Plötzlich krepierte das Vieh auf den Weiden. Bleivergiftung. Zehn Jahre ist es her, daß Nordenham von einer Umweltkatastrophe betroffen wurde. Doch wie regleren seither die Menschen, die dort wohnen und arbeiten? Seite 96



Heilpraktiken: Das Geschäft mit dem Wunder. Jährlich suchen bis zu 10 000 Menschen allein aus Deutschland, der Schweiz und Österreich Hilfe bei den »Heilern« auf den Philippinen. Sie hoffen auf das Wunder, von ihren Leiden erlöst zu werden – und werden nur ihr Geld los. Seite 44



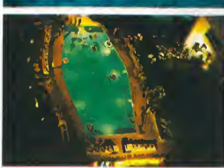
Känguruh: Der Energiesparer. Sie können sich fast ohne Anstrengung mit großer Geschwindigkeit fortbewegen und verfügen über ein einmaliges Vermehrungssystem. Das hat die großen Springbeutler in Australien so erfolgreich gemacht. Seite 112



Meeresforschung: Lawinen im Ozean. Mit dem Forschungsboot »GEO« tauchte Hans W. Fricke als erster in enge, tief in den Schelf des Roten Meeres eingekerbte Cañons – auf der Spur gewaltiger Unterwasser-Lawinen. Seite 62



Epcot: Disneys schöne neue Welt. Am 1. Oktober 1982 wurde in Florida das Epcot Center eröffnet. Was gedacht war als Modell einer Stadt der Zukunft, ist eine Mischung aus Computer-Spielplatz und Dauerfestival naiven Fortschrittsglaubens geworden. Seite 128



Hotel »Oriental«: Luxus nach Noten. Auf der Liste der Nobelherbergen ist das Hotel »Oriental« in Bangkok Nr. 1. Der legendäre Service ist darauf aus, dem Gast stets Freude zu bereiten – auch am Lichterfest, wenn Kerzen auf künstlichen Blüten den Swimmingpool verzaubern. Seite 80

GEO FORUM **»Ich nenne das ein Verbrechen«**

Ein Elbfischer klagt die Behörden an, den Tod der Elbe und die Vernichtung seiner Existenzgrundlage hingenommen zu haben. Seite 154

Titelfoto von Erich Hartmann/Magnum: der Regenbogen-Korridor im Epcot Center



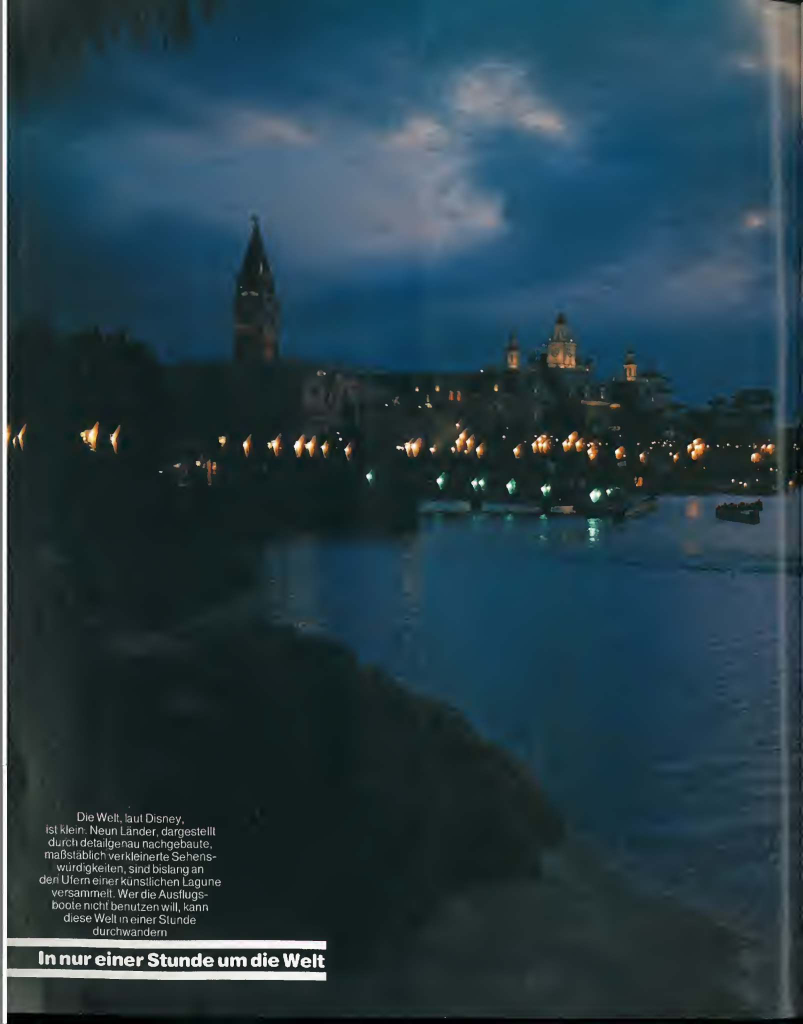
Die Wände des Ausstellungspavillons, der sich »Universum der Energie« nennt, sind mit Spiegeln verkleidet, und auf seinem Dach sind 80 000 Solarzellen montiert, die, zusammengeschaltet, bis zu 70 000 Watt elektrischen Strom erzeugen können

Epcot war die Idee einer



Disneys schöne neue Welt

Stadt von morgen. Entstanden ist in Florida ein hochtechnisierter Amüsierpark



Die Welt, laut Disney, ist klein: Neun Länder, dargestellt durch detailgenau nachgebaute, maßstäblich verkleinerte Sehenswürdigkeiten, sind bislang an den Ufern einer künstlichen Lagune versammelt. Wer die Ausflugsboote nicht benutzen will, kann diese Welt in einer Stunde durchwandern

In nur einer Stunde um die Welt

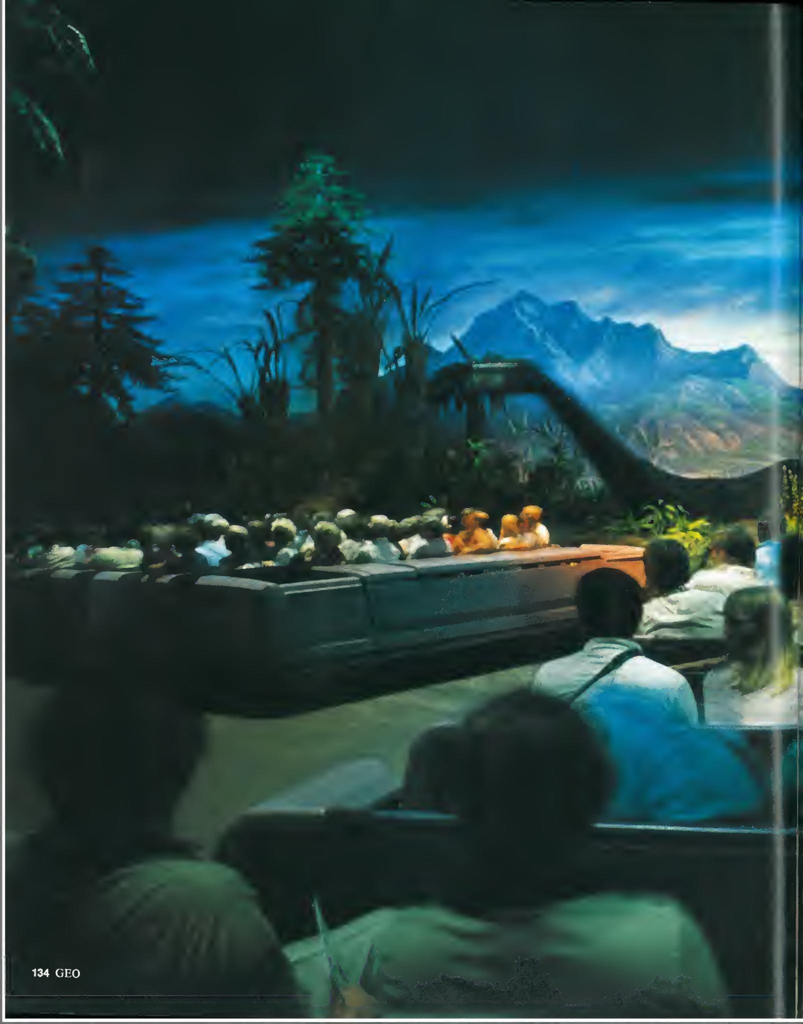




»Reise in die Phantasie« heißt der Pavillon, in dem insgesamt 70 überwiegend optische »Spezialeffekte« vorgeführt werden. Einer davon ist der »Regenbogen-Korridor«. Wer ihn betritt, wird sogleich von einer, von »seiner« Farbe erfaßt, die ihn umgibt und bis zum Ende des Tunnels »begleitet«

Die Reise durch den Regenbogen







Die Dinosaurier, von den Disney-Animateuren pneumatisch zum Leben erweckt, werden tatsächlich immer trauriger, denn sie sollen ihr Aussterben und ihre endliche Verwandlung in fossilen Brennstoff vorführen. Das Publikum rollt in fahrbaren Kino-Sitzgruppen mit je 97 Plätzen vorbei, die elektronisch gesteuert sind und von Solarenergie angetrieben werden

Mit der Geisterbahn in die Vorgeschichte



Vorbei an fruchtbar gemachten Sandflächen gleiten die Epcot-Besucher, diesmal auf einem Wasserweg, durch die Abteilung Aquakultur des dem Thema Ernährung gewidmeten Pavillons. Das rote Licht simuliert für manche der dort gezüchteten Fische Dunkelheit und beeinflußt so deren Freßverhalten

Rotlicht für die Farm der Fische







Disneys Roboter sind die »menschlichsten« und werden darum auch nicht Roboter, sondern Audio-Animatronic-Figuren genannt. Allein der Arm einer solchen Figur kann für fünf verschiedene Bewegungsfunktionen programmiert werden. In Epcot treten 450 computergesteuerte Darsteller auf, vom singenden Brokkoli bis zum radelnden Polizisten

In der Schule der Maschinenmenschen



Nicht Magma fließt hier aus der Trickkiste der Disney-Illusionisten, sondern ein kalter, mit Gelatine vergleichbarer Stoff, hergestellt von der Lebensmittelindustrie, orange eingefärbt und mit schwarzen Farbpartikeln gesprenkelt. Eine Pumpe, mit der man sonst Hundefutter in Buchsen füllt, wälzt die »Lava« um

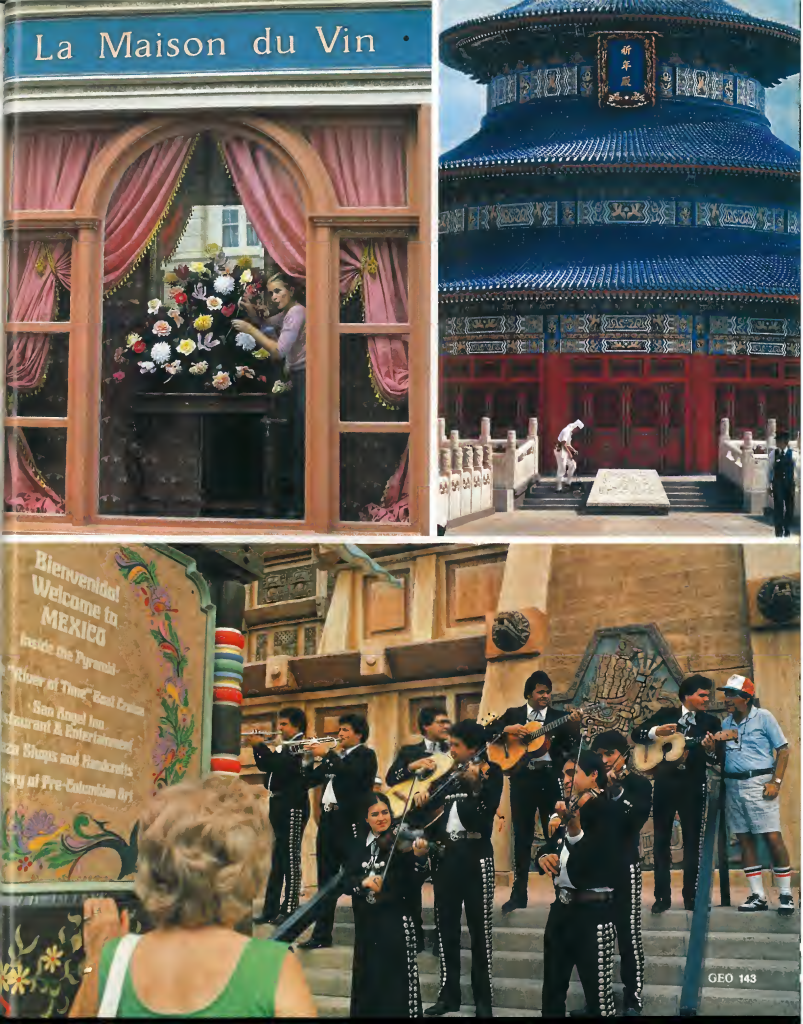
Feuerzauber aus der kalten Küche





»Schaufenster der Welt« heißt jener Teil Epcots, der dem »Abenteuer des Reisens« gewidmet ist – Surrogat einer touristischen Weltumsegelung, die von den Kolonialflaggen des vorrevolutionären Amerika bis zu französischem Wein, einem verkleinerten Tempel aus Pekings Verbotener Stadt und mexikanischer Folklore fast nichts ausläßt, was Reiseprospekte anzupreisen pflegen

Die große weite Welt im Kleinformat


La Maison du Vin
祈年殿
Bienvenido!
Welcome to
MEXICO
Inside the Pyramid
San Angel Inn





Deutschland in Epcot – das bedeutet Biergarten, Hummel-Figuren, Rothenburg ob der Tauber, Sauerkraut, Jodeln, Schuhplatteln, Schunkeln und vor allem »Gemütlichkeit«. Bemerkenswert bei dieser Anhäufung von Klischees bleibt die, für Disney typische, Verliebtheit ins Detail. Aber nicht nur die Eiswassergläser auf den Tischen verraten, daß man hier in Amerika ist

O'zapft is für die Kinder Uncle Sams

**Ein Bericht von
Hermann Schreiber mit Fotos von
Erich Hartmann**

Zum Glück ist Mickymaus nicht weit, auch Schneewittchens Schloß nicht oder Mary Poppins mit ihrem zauberhaften Regenschirm. Kaum vier Kilometer Fahrt in einem Superflitzer von Einschienenbahn, und man ist im „Magischen Königreich", wo die Träume noch sind, was sie mal waren: Kinderglaube und ein bißchen Hoffnung auf die bessere Welt.

Kaum vier Kilometer von „Epcot".

Dabei war Epcot doch Walt Disneys letzter, größter Traum, just der Traum von einer besseren Welt der Zukunft. So sagen jedenfalls seine Nachfahren. Und der Mann hat ja wirklich an Träume geglaubt, sogar an deren Verwirklichung. „Ich mag mir einfach nicht vorstellen", hat er mal gesagt, „daß es Gipfel gibt, die ein Mensch nicht erklimmen könnte, der das Geheimnis kennt, Träume wahr zu machen."

Offenbar war die Zukunft für Walt Disney, als er 1966 starb, noch kein Alptraum.

Epcot ist die Abkürzung von „Experimental Prototype Community of Tomorrow", und das meint ein Modell der Stadt von morgen. Disney hat es kurz vor seinem Tod erdacht, zu einer Zeit, als die mannigfachen Probleme der amerikanischen Großstädte förmlich zu explodieren schienen, und er hat es erläutert in einer Art Werbefilm für die gesetzgebenden Politiker des Bundesstaates Florida, wo Disneys Produktionsfirma einen ganzen Landstrich aufgekauft hatte, doppelt so groß wie Manhattan.

In dieser ständig weiter zu entwickelnden Modellstadt hätten circa 20 000 Menschen in Hochhäusern leben sollen, die ringförmig um einen autofreien Stadtkern gebaut worden wären. Das Ganze hätte ungefähr ausgesehen wie ein Rad in der Hori-





zontalen. Die Menschen dort wären mit automatischen Fahrzeugen zur Arbeit und zurück befördert worden und hätten sich auch sonst als permanenter Testmarkt für die technischen Neuerungen der von Walt Disney aufrichtig bewunderten amerikanischen Industrie zu bewähren gehabt.

Die Idee war, eine städtische Lebensgemeinschaft sozusagen neu zu erschaffen, von Anfang an, auf eigenem Grund und Boden, so autonom wie möglich und weitgehend unabhängig von geltenden kommunalen Vorschriften. Allein schon deshalb hätte dieser Prototyp eines Gemeinwesens kaum praktikable Lösungen für die real existierenden Probleme der amerikanischen Städte produzieren können; die Voraussetzungen waren einfach zu unterschiedlich.

Aber Disney hielt an seinem Traum fest. Das bestätigt heute nicht nur sein treuer Weggefährte John Hench, 74 Jahre alt und äußerlich fast Disneys Doppelgänger; so hat 1973 auch die Disney-Production selber ihren verblichenen Gründer zitiert: Epcot werde eine richtige Stadt sein.

Ob es nun eine Omnipotenz-Phantasie des erfolgreichen Traumfabrikanten oder dessen beginnender Überdruß an der Trickfilmerei war, was Disneys Zukunftsvision heraufgerufen hat – seine Nachlaßverwalter haben sie den Realitäten angeglichen. Sie haben nur das übrig gelassen, was nun in der Tat Disneys Welt im Innersten zusammenhält: die Unterhaltung als gewinnbringende Existenzgrundlage und einen geradezu bedingungslosen Optimismus.

Epcot ist keine richtige Stadt geworden, auch keine Zukunftsvision,

An Superlativen herrscht kein Mangel in Disneys schöner neuer Welt. So sind zum Beispiel 51 Millionen Tonnen Erde bewegt, 18 000 Tonnen Stahl verbaut, 12 500 Bäume und 10 000 Sträucher gepflanzt worden. Das kugelförmige, vom Geleise der Einschienenbahn umrundete Wahrzeichen Epcots stellt das »Raumschiff Erde« dar

Auf einer Million Quadratmeter ein Festival naiven Fortschrittsglaubens





Spaß und Spiel bei Licht und Ton

Menschen, die sich hinter einer transparenten Wand plötzlich in lauter Quadrate verwandeln, und farbige Flekken am Boden, deren Betreten einen elektronisch erzeugten Klang auslöst – solcherart sind die Möglichkeiten des Mitmachens, die der Computer-Spielplatz Epcot Center seinen Besuchern einräumt

sondern eben Disneys neuester Vergnügungspark, allerdings einer auf dem letzten Stand der Unterhaltungstechnologie, ein Computer-Spielplatz, ein Disneyland ohne Mäuseohren, aber mit Maschinenmenschen, neben denen der berühmte Roboter R2 D2 bloß wie ein alberner Piepmatz wirken würde.

Freilich, eine andere Mary Poppins gibt es hier nicht, auch sonst nicht viel zum Träumen. Die einzigen „richtigen" Disney-Figuren, die Epcot neu vorzuweisen hat, sind ein ziemlich onkelhafter Typ mit dem kompensatorischen Namen „Traumfinder" und dessen kleiner, bläßlicher Schoßdrachen namens „Figment", der auf deutsch „Phantasinchen" genannt werden will. So geht denn auch der Scheinwelt Glanz dahin.

ES IST NUR KONSEQUENT, daß Disneys Realisatoren des Meisters Traum nicht bloß neu interpretiert, sondern auch umbenannt haben. Der gesamte Komplex Disney World, so sagen sie jetzt, sei Epcot, das niemals fertige Zukunftsmodell – also auch das bereits im Jahre 1971 eröffnete „Magische Königreich" der Märchenfiguren, wie überhaupt alles, was für die erholungsuchende Kundschaft auf dem gewaltigen Gelände in Florida inzwischen hergerichtet worden ist.

Die in diesem Oktober mit erheblichem Aufwand eröffnete „ständige Weltausstellung der Entdeckung, Erfindung und Erforschung" sei nur der Mittelpunkt, „Epcot Center" also.

Und prototypisch sei zum Beispiel die Infrastruktur des ganzen Unternehmens, von der Einschienenbahn über die unterirdische Müllbeseitigung bis zum fiberglasverkabelten Telefonnetz und zur eigenen Wasseraufbereitungsanlage.

Da ist was dran. Disney World ist fast schon ein Staat im Staate, mit weitgehend autonomen technologischen Systemen. Nur liegen die, von wenigen Ausnahmen abgesehen, nicht offen zutage. Das ist so ähnlich wie mit Mackie Messers Messer: Er hat eins, doch man sieht es nicht.

Was man in Epcot sehen kann und sehen soll, für 15 Dollar Eintritt pro Tag und Nase, ist weit weniger futuristisch. Es ist eher eine Werbung für die Errungenschaften der Gegenwart als ein Blick auf die Möglichkeiten der Zukunft. Und an dieser Werbung beteiligen sich – als sogenannte Sponsoren – denn auch einige Hersteller der vorgeführten Produkte. Kraft zum Beispiel, hierzulande vornehmlich durch Käse in Scheiben bekannt geworden, stellt den Ernährungs-Pavillon „Das Land" vor, General Motors präsentiert „Die Welt der Bewegung", Kodak die „Reise in die Phantasie" und der Öl-Multi Exxon das „Universum der Energie". American Express und Coca Cola teilen sich in „Das Amerikanische Abenteuer".

Natürlich hat Disney diese Firmen auch an den Kosten der Schau beteiligt, und die übersteigen mit bislang einer Milliarde Dollar so ziemlich alles, was je in eine Veranstaltung der Unterhaltungsbranche investiert worden ist. Die Sponsoren sind mit 300 Millionen Dollar dabei – für die

ersten zehn Jahre, dann wird man weitersehen.

Kein Mensch und erst recht kein Konzern investiert so viel Geld in die Verbreitung von Mitteilungen, die er für ärgerlich hält oder gar für geschäftsschädigend. Verwunderlich ist es also nicht, daß etwa der General-Motors-Pavillon eine „Weltgeschichte der menschlichen Fortbewegung" als parodistisches Puppentheater vorstellt, von geschwollenen Füßen über die Erfindung des Rades und die Bimmelbahn bis zur Science-fiction-Szene, was alles dann in eine GM-Automobilausstellung mündet und ständig begleitet wird von einem schönen, eigens für diese Schau komponierten Lied mit dem Refrain „It's fun to be free" – Es macht Spaß, frei zu sein. So viel zum Thema Massentransport heute.

IM ERNST: Hier geht es eher um den Glauben als um die Botschaft. Alles ist vorgedacht und unterhaltsam eingewickelt. Die Information ist eine Fanfare und klingt beispielsweise so: „Nur wenn wir wirklich begreifen, was Energie bedeutet, dann wissen wir, wie wir ein besseres Morgen schaffen können."

Die Leute sollen „angetörnt" werden, wie Card Walker, der Erste Mann im Hause Disney, das nennt; man will ihnen „Türen aufmachen", mehr nicht. Ob sie dann weiter gehen oder auch nur weiter denken, ist ihre Sache.

Mickymaus, in Jeans und Turnschuhen, macht sich in Epcot Center auf den zweiten Bildungsweg. Man nimmt Platz in einer technisch perfektionierten Geisterbahn und läßt sich, angetörnt durch allerlei Unterhaltung, aber im übrigen ganz passiv, durch eine Art verspielte Volkshochschule kutschieren. Und immer singt irgendwer ein schönes Lied.

„Die ganze Geschichte hier", sagt John Hench und läßt sein Disney-Bärtchen schelmisch zucken, „soll den Leuten sagen: Ihr seid okay, und ihr werdet okay bleiben." So einfach ist das.

WALT DISNEY war sicherlich ein Genie – allein weil er begriffen hat, daß Unterhaltung die wahre Weltmacht Nummer eins ist. Auch hat er immer wieder gesagt, er wolle erst einmal unterhalten und dann – vielleicht – belehren statt umgekehrt. Und er hat zeit seines Lebens fest daran geglaubt, daß es kaum eine wirksamere Koalition geben könne als „das technische Know-how der amerikanischen Industrie und die kreativen Ideen der Disney-Organisation".

Das heißt, der spezifische Optimismus der Disney-Idee, die ihre Verwirklichung in Epcot gesucht hat, basiert auf der Annahme und der vorbehaltlosen Unterstützung eines praktisch unbegrenzten industriellen Wachstums. Daß dieses Wachstum einmal zum Stillstand kommen oder daß es gar zerstörerische Folgen für die Umwelt von Mensch und Tier haben könnte, ist nicht vorgesehen und wird in Epcot ergo nicht vorgeführt – ganz zu schweigen davon, daß zu den Zukunftsvisionen unserer Tage eigentlich auch die drohende Selbstvernichtung dieses Planeten gehören müßte.

Der prinzipielle Optimismus in Disneys schöner neuer Welt wird überhaupt nur dadurch möglich, daß man die drängenden Probleme gar nicht abhandelt, sie allenfalls beiläufig erwähnt. Epcot ist das genaue Gegenbild zu „Global 2000". Hier gibt es, wenn vom Wald die Rede ist, keinen Sauren Regen, wenn von der Kernenergie die Rede ist, keine Reaktorunfälle und kein Entsorgungsproblem, wenn von amerikanischer Geschichte die Rede ist, keinen Vietnamkrieg – von Politik, etwa gar von

Aus der Utopie der Technik zurück ins Grüne



Epcot ist anstrengend – nicht nur wegen optischer und akustischer Reizüberflutung, sondern auch wegen der weiten Wege, die man nur zu Fuß machen kann. Die erhofften acht Millionen Besucher jährlich werden obendrein oft Schlangestehen müssen. Nur der frisch verlegte Rasen ist ein richtiger Ruheplatz

atomarem Zerstörungspotential, ist die Rede sowieso nicht.

In dieser – im Kern puritanischen – Utopie ist das Unlösbare nahezu identisch mit dem Unanständigen und kommt also nicht vor. Diese Welt ist „santizised“, chemisch rein, gesäubert von allem, das Unbehagen wecken könnte. Das beginnt, wie immer bei Disney, mit der Unterhaltung: Es gibt da ausschließlich „good clean fun“, sauberen Spaß, sauberen Sex und grundsätzlich keine Zweideutigkeiten.

DEN LEUTEN ANGST zu machen wäre schlechte Unterhaltung. Pat Scanlon, Direktor für Zukunftsplanung in Disneys kalifornischer Traumfabrik, sagt das so: „Die Leute haben schon genug Angst vor der Zukunft, wenn sie sehen, was alles passiert. Wir wollen ihnen keine Zukunft vorsetzen, in der die Menschen nur in Aluminium-Schutzanzügen herumlaufen können. Wir reden von der unmittelbaren Zukunft, von übermorgen.“ Was danach kommen könnte, ist kein Thema mehr für Disney.

Wenn nun aber die Welt nicht so ist, wie sie eigentlich sein sollte – dann stoppt man sie eben an einer Stelle, an der sie noch so war. Und darin sind diese Illusionisten aus good old Hollywood, die sich gern Traumonauten oder auch „imagineers“ nennen, Ingenieure der Einbildungskraft, wirklich Weltmeister. Sie machen mit dieser Welt, was sie wollen.

Eins ist Epcot Center nun ganz gewiß: die Welthauptstadt der Theater- und Filmeffekte. Wer Kino liebt und gern mit Bildschirmen spielt, der kann hier erleben, was es in dieser Perfektion noch nirgendwo sonst gibt. Für 30 Millionen Dollar haben 16 Filmteams zwei Jahre lang in 30 Ländern der Welt 31 Filme gedreht, zwei davon in „Circle-Vision“, also für kreisrunde Leinwände, und einen dreidimensionalen. Gefilmt wurde in elf Formaten für insgesamt 150 verschiedene Projektionssysteme und 13spurige Digital-Tonmaschinen. Insgesamt 319 Lautsprecher lassen in den diversen Theatern buchstäblich die Wände wackeln.

Was immer man hier optisch erlebt, ob man nun über den Alpen schwebt, den Niagara-Fall hinunterstürzt oder, computergrafisch, in ein Schwarzes Loch fällt – es ist aufregend schön, und nichts bleibt dem Zufall überlassen. Auch und gerade die Naturfilme sind sorgsam arrangiert, um nicht zu sagen: gestellt worden – und das nicht nur in der Volksrepublik China. Die chinesischen Begleiter haben sich im Gegenteil sogar gewundert, als Disneys Circle-Visionäre darauf bestanden, die Große Mauer sorgfältig zu fegen, bevor sie dort drehten. Nun aber wissen endlich auch die Chinesen, was „good clean fun“ ist.

Es sieht aus, als ob es echt wäre, ist aber garantiert falsch

Wenn jemals der Medien-Prophet Marshall McLuhan Recht bekommen hat mit seiner These „The Medium is the Message“, das vermittelnde Medium selbst sei bereits die Botschaft, dann hier. Epcot Center ist McLuhans „Global Village“ – die eine, kleine Welt der elektronischen Kommunikation. Präsentation ist alles. Inhalte sind austauschbar.

Bei Disney nun kann man noch etwas dazulernen: Es gibt offensichtlich eine Faszination des Surrogats – will sagen: Das Nachgemachte wird der Wirklichkeit vorgezogen, weil es verständlicher ist, zwar scheinbar naturgetreu, aber reduziert auf das Geläufige, Vertraute, das niemanden ängstigt. Es sieht aus, als ob es echt wäre, ist aber garantiert falsch – und genau darin liegt der Reiz.

Das läßt sich nicht nur aus der großen Popularität der in Disneys Studios zu verblüffender Lebensnähe entwickelten Roboter entnehmen, die hier Audio-Animatronic-Figuren genannt und gern als „neue Kunstform“ angesehen werden. Das wird noch deutlicher in der kleinen Scheinwelt, die Epcots Bühnenbildner um eine künstliche Lagune herum gruppiert haben und die vorerst aus neun nationalen Pavillons besteht, darunter ein deutscher, ein italienischer, ein französischer, ein japanischer.

Streng genommen ist das, was hier als Kulisse für die Vermarktung von nationalen „Spezialitäten“ und Andenkenkitsch aufgebaut worden ist, eine Orgie der Klischees und kulturhistorisch eine Farce. Im Grunde stimmt überhaupt nichts, bei aller fotografisch getreuen Kopie im einzelnen.

Aber gerade die völlig skrupellose Montage detailgenauer Elemente, die in Wahrheit nicht zusammengehören, gerade die planvolle Überzeichnung sogenannter Sitten und Gebräuche stellt eine Atmosphäre her, in der jeder Fremdling sofort das auffinden kann, was er selbst gern für typisch deutsch oder typisch italienisch oder typisch französisch halten möchte. Nicht Authentizität wird angestrebt, sondern mühelose Anpassung. Und dahinter steckt nun nicht etwa Naivität, sondern im Gegenteil äußerste Raffinesse. Das ist die Hohe Schule des Showbusiness.

Am Ende zielt die ganze Geschichte von Disneys letztem, größtem Traum realiter auf die bestens bekannten Bedürfnisse der einheimischen Kundschaft, deren Dollars in den vergangenen beiden Jahren sehr viel spärlicher als früher in die Kassen der Disney Productions geflossen sind: auf ihre nostalgische Neigung zur Alten Welt, auf ihre Faszination von Fernost und auf ihren Spaß an technischen Spielereien und Zukünfteleien ohne tiefere Bedeutung. Und das mag ja ein Treffer werden.

Wo aber bleiben nun wirklich die Träume?

Zum Glück ist Mickymaus ja nicht weit. Kaum vier Kilometer Fahrt von Epcot, und man ist wieder in jenem „Magischen Königreich“, wo die Träume noch sind, was sie mal waren: Kinderglaube und ein bißchen Hoffnung auf die bessere Welt. □

Hermann Schreiber, 53, ist GEO-Chefreporter.

Der Amerikaner Erich Hartmann, 60, Dozent an der Journalistenschule der Syracuse University, gilt als Meister der Landschafts-, Architektur- und Industriefotografie.